

Міністерство освіти і науки України
Житомирський інженерно-технологічний інститут

*Кафедра обліку і аудиту
Факультет економіки і менеджменту*

Ковенько Софія Наумівна

група ЗОА98 - 6

Курсова робота

Економічний аналіз

Аналіз собівартості продукції та послуг і оцінка фінансово - економічного стану ТОВ „Альфа”

Керівник Івахненко С.В.

Рецензент _____

Захищена на кафедрі з
оцінкою _____

До захисту допущено
„_____” _____ 2006р.

„_____” _____ 2006р.

Підпис рецензента

Підписи членів комісії

Житомир 2006р.

ПЛАН

ВСТУП – ст. 3

1. Організаційно – економічна характеристика та основні фінансово – господарські показники діяльності підприємства. – ст. 4

1.1 Характеристика підприємства – ст. 4

1.2. Організаційна структура ТОВ „Альфа” – ст. 6

2. Завдання, джерела інформації та прийоми економічного. – ст. 8

2.1 Завдання та предмет економічного аналізу – ст. 8

2.2. Функції і класифікація економічного аналізу - ст. 10

2.3 Методи економічного аналізу – ст. 16

2.4. Інформаційна база економічного аналізу – ст. 18

3. Аналіз собівартості продукції – ст. 20

3.1 Поняття і складові собівартості. – ст..20

3.2 Аналіз динаміки операційних витрат на 1 грн. вартості реалізованої продукції – ст. 22

3.3 Аналіз впливу чинників зміни витрат на 1 грн. вартості реалізованої продукції – ст. 23

3.4. Аналіз впливу складу продукції за віком її випуску на зміни витрат на 1 грн. вартості реалізованої продукції. – ст. 26

3.5 Аналіз впливу собівартості окремих груп продукції за рівнем їх рентабельності – ст. 27

3.6 Аналіз структури операційних витрат за економічними елементами – ст. 29

3.7 Аналіз собівартості за калькуляційними статтями витрат. – ст. 30

4. Оцінка фінансового стану підприємства. – ст. 32

4.1 Порівняльний аналітичний баланс – ст. 32

4.2 Аналіз зрушень у майновому стані підприємства – ст..34

ВИСНОВОК – ст. 36

Використана література – ст. 37

ВСТУП

Перехід до ринкової економіки потребує від підприємства підвищення ефективності виробництва, конкурентоздатності продукції і послуг на основі впровадження досягнень науково-технічного прогресу, ефективних форм господарювання і управління виробництвом, активізації підприємництва і т.п. Важлива роль у реалізації цієї задачі приділяється аналізу господарської діяльності підприємств. З його допомогою виробляються стратегія і тактика розвитку підприємства, обґрунтовуються плани й управлінські рішення, здійснюється контроль за їхнім виконанням, виявляються резерви підвищення ефективності виробництва, оцінюються результати діяльності підприємства, його підрозділів і робітників.

Економічний аналіз це глибоке дослідження економічних явищ на підприємстві, тобто виявлення причин відхилення від плану і недоліків у роботі, розкриття резервів, їх вивчення, сприяння комплексному здійсненню економічної роботи і керуванню виробництвом, активний вплив на хід виробництва, підвищення його ефективності і поліпшення якості роботи.

Зниження собівартості продукції є найважливішим чинником розвитку економіки підприємства.

Собівартість продукції є одним з найбільш багатогранних показників господарської діяльності підприємств.

Під собівартістю продукції, робіт і послуг розуміються виражені в грошовій формі витрати усіх видів ресурсів: основних фондів, промислової сировини, матеріалів, палива й енергії, праці, використовуваних безпосередньо в процесі виготовлення продукції і виконання робіт, а також для збереження і поліпшення умов виробництва і його удосконалювань.

Основна мета даної курсової роботи – розглянути методи аналізу собівартості продукції та послуг.

Курсова робота складається з чотирьох розділів.

В першому розділі ми розглядаємо, на прикладі діючого підприємства, його структуру та основні показники.

Другий розділ розглядає існуючі прийоми економічного аналізу, його завдання та джерела інформації для аналізу.

Третій розділ присвячений аналізу собівартості продукції ТОВ „Альфа”.

В четвертому розділі дається оцінка фінансового стану підприємства.

1. Організаційно – економічна характеристика та основні фінансово – господарські показники діяльності підприємства.

1.1 Характеристика підприємства

ТОВ "Альфа" за своєю організаційно-правовою формою є товариством з обмеженою відповідальністю. Підприємство розташоване у м. Тернопіль.

У 1993 р. колишній текстильний цех був приватизований, а у 1994р. реорганізований .

Як юридична особа підприємство може мати цивільні права, що відповідають цілям діяльності, передбаченим у його статутних документах, і нести зв'язані з цією діяльністю обов'язку.

ТОВ „Альфа” займається випуском тканин, а також готової продукції з даних тканин, крім того при підприємстві діє ательє.

Види тканин, що випускаються ТОВ „Альфа”:

- шовк, шириною 140 см. (10 відтінків);
- вовна, шириною 110 см. (4 відтінки);
- льон, шириною 150 см. (5 відтінків);
- трикотаж, шириною 140 см. (7 відтінків);
- ситець, шириною 80 см. (6 відтінків);
- фланель, шириною 80 см. (6 відтінків);
- бязь, шириною 80 см. (5 відтінків);

До готової продукції, що випускається ЗАТ "Тканини", відносяться:

- комплекти постільної білизни (2 простирадла, 2 наволочки, 2 підодіяльники) - 8 різновидів;
- кухонні комплекти (фартух, 2 прихватки, рушник, скатертина) - 4 різновиду;
- кухонні подарункові комплекти (2 фартухи, рушник, скатертина, 4 серветки) - 4 різновиду;
- рушник, розмір 30x50 см. - 4 різновиду;
- серветки, розмір 14x20 см. - 4 різновиду;
- фартух, 2 види - 4 різновиду;
- халат домашній - 8 різновидів.

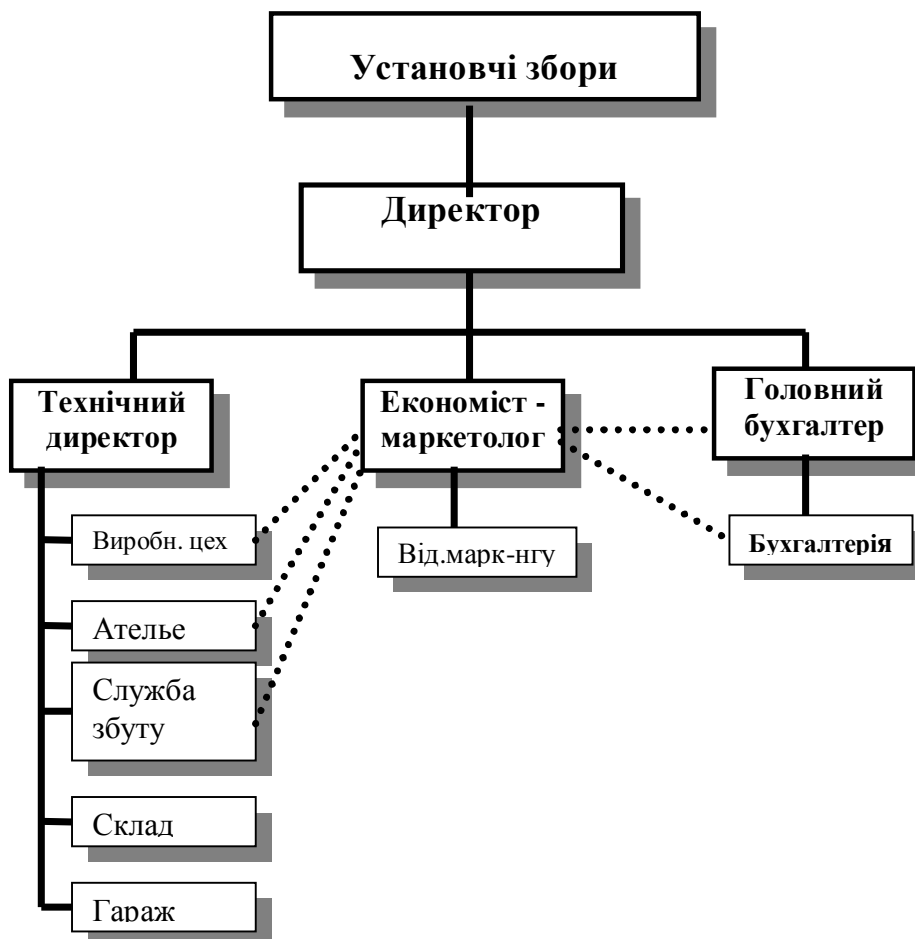
Основні дані, що характеризують діяльність підприємства, наведені в таблиці 1.1

**Основні фінансово – господарські показники діяльності ТОВ „Альфа”
за 2006 рік**

Показники	Сума тис.грн.
1. Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції	10 000
2. Собівартість реалізованої продукції	8500
3. Валовий прибуток від реалізації (р.1-р.2)	1500
4. Адміністративні витрати	350
5. Витрати на збут	150
6. Собівартість реалізованої продукції з урахуванням адміністративних витрат і витрат на збут (р.2+р.4+р.5)	9000
7. Прибуток від реалізації (р.1-р.6)	1000
8. Інші операційні доходи	150
9. Прибуток від операційної діяльності (р.7+р.8)	1150
10. Прибуток від участі в капіталі	30
11. Інші фінансові доходи	20
12. Прибуток від звичайної діяльності (р.9+р.10+р.11)	1200
13. Податок на прибуток	360
14. Чистий прибуток (р.12-р.13)	840
15. Статутний капітал	3500
16. Основні засоби	2900
17. Середня чисельність працівників (чол.)	429
в т.ч. – <i>управлінський персонал</i>	20
- <i>обслуговуючий персонал</i>	50
- <i>робочі основного вироб-ва</i>	359

1.2. Організаційна структура ТОВ „Альфа”

мал.1.1



На схемі суцільними лініями показані взаємодії безпосереднього підпорядкування, крапками – функціональні взаємозв'язки, що носять непрямий, рекомендаційний характер.

Повноваження установчих зборів і директора товариства визначаються статутом товариства.

До функцій технічного директора відносяться:

1. він є заступником генерального директора;
2. контроль над дотриманням техніки безпеки і вимог до охорони праці на підприємстві;
3. контроль над станом устаткування, забезпечення своєчасного ремонту і профілактичних робіт;

4. контроль якості матеріалів, моніторинг запасів матеріалів, своєчасна доставка запасів зі складу.

До функцій економіста – маркетолога відносяться:

1. є заступником головного бухгалтера;
2. моніторинг, аналіз і планування поточної діяльності підприємства;
3. проведення маркетингових досліджень з можливим залученням фахівців на тимчасову роботу;
4. планування і керування запасами підприємства;
5. надання щорічного звіту в органи правління товариства.

До функцій головного бухгалтера відносяться:

1. ведення бухгалтерського і податкового обліку відповідно до національних стандартів і нормативних актів, що діють на Україні;
2. надання податкової, фінансової і статистичної звітності в терміни й органи, установлені чинним законодавством;
3. надання щорічного звіту в органи правління товариства.

2. Завдання, джерела інформації та прийоми економічного аналізу.

2.1 Завдання та предмет економічного аналізу

Аналіз (від грец. - analisis) буквально означає розчленовування, розкладання досліджуваного об'єкта на частини, елементи, на внутрішньому властивому цьому об'єкту складові (уявні чи реальні).

Аналіз виступає в діалектичній, суперечливій єдності з поняттям "синтез" (від грец. - synthesis) - з'єднання раніше розчленованих елементів досліджуваного об'єкта в єдине ціле.

Діалектичний тандем "analysis-synthesis", аналіз-синтез, розуміється як синонім усякого наукового дослідження. У будь-якій галузі наукових знань, у будь-якій сфері людської діяльності (політичній, міжнаціональній, суспільній, соціальної, екологічній, культурно-побутовий і ін.) обійтися без аналізу-синтезу неможливо.

Предметом економічного аналізу є вся доступна досліднику реальність, прийнята в сукупності предметів і явищ, що знаходяться в тих чи інших зв'язках один з одним і постійним рухом і розвитку.

Також під *предметом* економічного аналізу розуміються господарські процеси підприємств, об'єднань, асоціацій, соціально-економічна ефективність і кінцеві фінансові результати їхньої діяльності, що складаються під впливом об'єктивних і суб'єктивних факторів, що одержують відображення через систему економічної інформації.

Значенням, змістом і предметом економічного аналізу визначаються і *завдання*, що стоять перед ним. До числа найважливіших з них варто віднести:

- 1) підвищення науково-економічної обґрунтованості бізнес-планів і нормативів (у процесі їхньої розробки);
- 2) об'єктивне і всебічне дослідження виконання бізнес-планів і дотримання нормативів (за даними обліку і звітності);
- 3) визначення економічної ефективності використання трудових, матеріальних і фінансових ресурсів (окремо й у сукупності);
- 4) контроль за здійсненням вимог комерційного розрахунку (у його повній і незавершеній формі);
- 5) виявлення і вимір внутрішніх резервів (на всіх стадіях виробничого процесу);
- 6) іспит оптимальності управлінських рішень (на всіх ступінях ієрархічної градації).

Деякі вчені обґрунтовано зв'язують виникнення аналізу зі становленням бухгалтерського обліку, з балансоведенням.

Бухгалтерський облік був і є основним "постачальником" економічної інформації про господарську діяльність підприємств. Частка економічної інформації, одержуваної через систему бухгалтерського обліку, досягає на підприємствах і в об'єднаннях 70% і більш. Бухгалтерський облік відбиває господарські операції в первинній документації, записі їхній у регістрах синтетичного й аналітичного обліку й у складанні

бухгалтерської звітності. Те, що саме бухгалтери першими стали аналізувати господарсько-фінансову діяльність підприємств, цілком природно. Кожен бухгалтер, склавши баланс, цікавиться станом господарських засобів і джерел їхнього утворення, з'ясує, чи всі резерви використані підприємством для збільшення прибутку, які недоліки гальмували господарську діяльність у минулому звітному періоді. Аналізувати баланс і звітність бухгалтерів змушувало саме життя.

За останні роки кількість інформації, яку треба використовувати для керування, зросло настільки, що будь-який керівник без підтримки технічних засобів збереження й обробки інформації не може тримати у своїй свідомості всі наявні в нього ресурси, зв'язки й обмеження. Він не може також обґрунтовано вибрати критерій оптимізації і тому прийняті їм рішення власне кажучи виявляються випадковими. Отже, необхідні інші, науково обґрунтовані, математичні методи керування.

2.2. Функції і класифікація економічного аналізу

Виходячи з загальної теорії керування - керування підприємством полягає в цілеспрямованому впливі керуючої системи на керований об'єкт для досягнення поставленої мети. У сфері керування закономірності виявляються статистично, іншими словами, розрахункові значення виявляються вірними не в кожному окремому випадку, а тільки в середньому, при багаторазовому повторенні з тими самими вихідними даними. Більш того, математичні вираження, що використовуються для виконання розрахунків при рішенні задач керування, - це не точні формули, а математичні моделі, що відбивають досліджувані явища лише приблизно з якоюсь точністю (звичайно невисокою) і вірогідністю (надійністю). Отриманим результатам не можна вірити безоговорочно, тому що математична модель, навіть дуже вдала і точна для якихось визначених умов, виявляється непридатною для інших умов, що змінилися.

Розробка спеціальних методів економічного аналізу базується на науково обґрунтованій класифікації його видів, обумовленої потребами практики керування. В основі класифікації видів економічного аналізу лежить класифікація функцій керування, оскільки економічний аналіз є необхідним елементом виконання кожної функції керування економікою.

Розвита ринкова економіка народжує потребу в диференціації аналізу на внутрішній управлінський і зовнішній фінансовий аналіз. *Внутрішній* управлінський аналіз - складова частина управлінського обліку тобто інформаційно-аналітичного забезпечення адміністрації, керівництва підприємства.

Зовнішній фінансовий аналіз - складова частина фінансового обліку, що обслуговує зовнішніх користувачів інформації про підприємство, що виступають самостійними суб'єктами економічного аналізу за даними, як правило, публічної фінансової звітності.

Функція керування - це особливий вид управлінської діяльності, продукт спеціалізації в сфері керування. Функції керування класифікуються на загальні, чи головні, функції, що відбивають зміст самого процесу керування, і специфічні функції, що відбивають різні об'єкти керування.

Взаємозв'язок загальних і специфічних функцій керування полягає в тому, що загальні функції не можуть здійснюватися самі по собі, без додатка і якого-небудь об'єкту керування, а будь-яка специфічна функція керування яким-небудь об'єктом може бути здійснена тільки за допомогою загальних функцій.

Загальні, головні функції економічного керування, чи, як їх іноді називають, основні функції економічної діяльності, можна визначити так:

1) інформаційне забезпечення керування (збір, обробка, упорядкування інформації про економічні явища і процеси);

2) аналіз (аналіз результатів економічної діяльності, оцінка її успішності і можливостей удосконалювання на підставі науково обґрунтованих критеріїв);

3) планування (прогнозування, перспективне і поточне планування економічної системи);

4) організація керування (організація ефективного функціонування тих чи інших елементів господарського механізму з метою оптимізації використання трудових, матеріальних і грошових ресурсів економічної системи);

5) контроль (контроль за ходом виконання бізнес-планів і управлінських рішень).

Перші дві загальні функції відбивають як би технологічні етапи керування, що зводяться до інформаційного й аналітичного забезпечення процесу прийняття рішень. Саме прийняття рішень здійснюється у виді функцій керування, що відбивають тимчасові етапи керування: планування, організації керування і контролю. Отже, економічний аналіз і інші види управлінської діяльності, що відбивають першу функцію (бухгалтерський облік, статистика), є такими функціями керування, що імманентно присущі всім іншим загальним і специфічним функціям керування.

По змісту процесу керування виділяють: перспективний (прогнозний, попередній) аналіз, оперативний аналіз, ретроспективний аналіз за підсумками діяльності за той чи інший період. Така класифікація економічного аналізу відповідає змісту основних функцій, що відбивають тимчасові етапи керування:

- 1) етап попереднього керування (функція планування);
- 2) етап оперативного керування (функція організації керування);
- 3) заключний етап керування (функція контролю).

Усі ці три види аналізу присутні в процесах керування господарськими об'єктами. Найбільший розвиток одержав поточний аналіз, особливо в первинних госпрозрахункових ланках народного господарства (підприємствах, виробничих об'єднаннях).

У спеціальній літературі класифікація видів економічного аналізу не обмежується двома головними ознаками по змісту процесу й об'єктам керування. У роботах А.Д. Шеремета пропонується класифікувати види економічного аналізу, крім того, по:

суб'єктах, тобто хто проводить аналіз (керівництво й економічні служби, власники й органи господарського керування, постачальники, покупці, аудиторські фірми, кредитні, фінансові органи);

періодичності (періодичний річний, кварталний, місячний, декадний, щоденний, змінний аналіз і разовий, неперіодичний аналіз);

змісту і повноті досліджуваних питань (повний аналіз усієї господарської діяльності, локальний аналіз діяльності окремих підрозділів, тематичний аналіз окремих питань економіки);

методам вивчення об'єкта (комплексний, системний аналіз, функціонально-вартісної, порівняльний, суцільний і вибіркового, кореляційний аналіз і т.д.);

ступеня механізації й автоматизації обчислювальних робіт (аналіз в умовах електронної обробки даних із застосуванням лічильно-перфораційної техніки, лічильно-клавішних машин).

Ці ознаки практично враховують усі сторони даного предмета дослідження. Однак з позицій системного підходу необхідно дану класифікацію ознак трохи видозмінити. Найбільш важливими ознаками розподілу аналізу по видах, на думку

С.А. Воеводіна, є: 1) цільова спрямованість аналізу; 2) час його проведення; 3) методика проведення.

З точки зору предметної спрямованості можна виділити наступні види аналізу: технологічного способу виробництва; продукції; організації. Останній вид аналізу може підрозділятися в залежності від місця організації в ієрархічній структурі керування - робоче місце, ділянка, цех, служба, підприємство і т.д.

Виходячи з методики проведення аналізу, його можна розділити на три види: 1) системний аналіз (головна умова - цілеспрямованість); 2) комплексний (охоплює всі сторони господарської діяльності); 3) тематичний (вивчення того чи іншого явища, закономірності).

Важливе значення має принцип класифікації по суб'єктах керування тобто по суб'єктах керуючої системи.

У роботі И.С. Мацкевичюса і Г.Л. Кальчинскаса відзначається, що дані бухгалтерського обліку складають близько 70% загальної кількості економічних даних промислових підприємств. По деяких джерелах, із загального обсягу даних у суміжних функціях керування підприємствами використовується не більш 15-20%. У той же час облікова інформація промислових підприємств далеко не цілком задовольняє потреби керування. У першу чергу це відноситься до громіздкої і неефективної системи обліку й аналізу собівартості.

У сучасній ринковій економіці бухгалтерський облік усе більш поділяється на дві галузі: фінансовий облік і управлінський облік. Фінансовий облік вирішує проблеми взаємин підприємства з державою й іншими зовнішніми користувачами інформації про діяльність підприємства. Фінансовий облік і особливо публічна фінансова звітність регламентуються міжнародними і національними стандартами, що забезпечують інтереси зовнішніх користувачів (кореспондентів) інформації. Управлінський облік складається із систематичного традиційного обліку і проблемного обліку, спрямованого на вироблення управлінських рішень в інтересах власників і адміністрації підприємства, Управлінський облік не регламентується державою, його організація і методи визначаються керівником підприємства, у ньому на перший план у діяльності бухгалтера висуваються управлінські задачі, що вимагають для свого рішення не тільки знань традиційної бухгалтерії, особливо обліку витрат і калькулювання собівартості продукції і послуг, але і техніко-економічного планування, статистики, аналізу господарської діяльності, розвинутого математичного апарата і сучасної обчислювальної техніки. При таких розумінні управлінського бухгалтерського обліку власне бухгалтерський облік, планування, статистика й аналіз господарської діяльності розглядаються як єдине ціле. Управлінський бухгалтерський облік організує внутрішньогосподарські зв'язки на підприємстві, тобто зв'язку між обличчями, що працюють на самім підприємстві (агентами), тому управлінський облік називають внутрішнім на відміну від фінансового - зовнішнього.

У зміст як зовнішнього фінансового, так і внутрішнього управлінського обліку входить аналіз господарської діяльності, але його організація, об'єкти і методи в рішенні задач фінансового й управлінського обліку мають свою специфіку.

Суб'єктами аналізу виступають як безпосередньо зацікавлені, так і опосередковано зацікавлені в діяльності підприємства користувачі інформації.

До першої групи користувачів відносяться власники засобів підприємства, позикодавці, постачальники, покупці, податкові органи, персонал підприємства і адміністрація (керівництво). Кожен суб'єкт аналізу вивчає інформацію зі своїх позицій, виходячи зі своїх інтересів.

Слід зазначити, що тільки керівництво підприємства може поглибити аналіз, використовуючи не тільки дані звітності, але і дані всієї системи господарського обліку в рамках управлінського аналізу, проведеного для цілей керування.

Друга група користувачів фінансової звітності - це суб'єкти аналізу, що хоча безпосередньо і не зацікавлені в результатах діяльності підприємства, але повинні за договором захищати інтереси першої групи споживачів інформації. Це насамперед аудиторські фірми, а також консультаційні фірми, біржі, юристи, преса, асоціації, профспілки й ін.

Отже, суб'єктами внутрішнього управлінського аналізу є тільки керівництво і приваблювані ними аудитори і консультанти. Інформаційною базою управлінського аналізу є вся система інформації про діяльність підприємства - про технічну підготовку виробництва, нормативна і планова інформація, господарський облік, у тому числі дані оперативного, бухгалтерського і статистичного обліку, зовнішня публічна фінансова і вся система внутрішньогосподарської звітності, інші види інформації, у тому числі опитування фахівців, інформація виробничих нарад, преса і т.д.

Палітра суб'єктів зовнішнього фінансового аналізу дуже різноманітна. Але всі ці суб'єкти аналізу можуть використовувати, як правило, тільки дані публічної фінансової звітності про діяльність підприємства. Стандартизація фінансового обліку і публічної фінансової звітності покликана оберігати інтереси всіх партнерів (кореспондентів) підприємства, у той же час зберігаючи комерційну таємницю підприємства.

Управлінський аналіз включає у свою систему не тільки виробничий, але і фінансовий аналіз, без якого керівництво підприємства не може здійснювати свою фінансову стратегію. Причому можливості керівництва в питаннях фінансового аналізу знов-таки ширше, ніж у зовнішніх користувачів інформації. У техніко-економічних обґрунтуваннях будь-якої комерційної справи (бізнес-планах) використовуються методи як виробничого, так і фінансового аналізу. Так називаний маркетинговий аналіз також передбачає використання методів як виробничого, так і фінансового аналізу в системі маркетингу, тобто в керуванні виробництвом і реалізацією продукції, орієнтованому на ринок.

Одна з чимало важливих функцій керування - це контроль. Хоча на практиці є деякий поділ виробничих формувань на системи керування і системи контролю, але в кінцевому рахунку це є в значній мірі умовним. Контроль стану виробництва є першою й основною функцією будь-якої системи автоматичного чи автоматизованого керування.

Усяка система керування вимірює поточне значення всіх технологічних параметрів і сприймає дані, що вводяться в неї з пультів ручного введення, і після

цього, логічно аналізуючи події (що відбулося і чому), система виробляє вихідні сигнали і необхідні впливи.

В економічному аналізі показники підприємства досить часто порівнюють із середніми показниками аналогічних структур, тобто застосовують метод угруповань (структурних і аналітичних).

Одним з найбільш діючих шляхів удосконалення аналізу є застосування методологічного підходу, підстави на концепції *теорії систем*.

Вивчення робіт з теорії системного підходу дало можливість з'ясувати, що методика аналізу повинна враховувати наступне.

1. Система - це комплекс взаємозалежних елементів, об'єднаних для виконання визначеної чи мети сукупності цілей.

2. Система являє собою елемент системи більш високого порядку й у той же час може бути розчленована на підсистеми нижчого порядку.

3. Мети підсистеми повинні збігатися з цілями системи вищого порядку й у такий же спосіб трансформуватися вниз.

4. При дослідженні об'єкта як системи опис її елементів не повинний носити самодостатнього характеру. Елемент описується не як щось відособлене, а з урахуванням його місця в цілому.

5. Існує двосторонній зв'язок між усією системою і її елементами. Тому властивості цілого народжуються з властивостей елементів і навпаки.

6. Властивості системи визначаються не сумою властивостей елементів, а взаємодією елементів і їхніх властивостей.

7. Система утворює особливу єдність з навколишнім середовищем. У зв'язку з цим дослідження системи, як правило, невіддільно від вивченні умов її існування.

Місце аналізу в системі керування й існуючий господарський механізм визначають його цільову спрямованість. Оскільки аналіз бере участь у всіх підсистемах керування, те і його мети в залежності від області застосування будуть змінюватися. Наприклад, у процесі плануванні - це виявлення можливостей поліпшення планових показників, оцінка напруженості планових завдань; при організації виробництва - виявлення важливості проблем, визначення фактичної ефективності керуючих впливів, оцінка господарської діяльності організацій; у ході оперативного керування виробництвом - попередження керівника про виникаючі відхилення від планового завданні (мети), виявлення причин цих відхилень і визначення найбільш важливих проблем, що вимагають першочергового рішення.

Важливими обмежувачими умовами нормального функціонування економічного аналізу є достатня наявність вихідної інформації і її вірогідність. Між системою збору інформації й аналізом існують прямий і зворотний зв'язки. З одного боку, через аналіз передаються вимоги до обліку виробничої діяльності, а з іншого боку - від якості і повноти інформації залежить глибина і вірогідність аналізу.

Фахівцям з керування важливо не тільки мати обґрунтований матеріал, але й одержати його вчасно. Тому важливо вибирати такий метод аналізу, що давав би можливість прийняти рішення в необхідних масштабах часу. Однак прагнення до докладного аналізу з застосуванням нехай навіть самих зроблених методів може

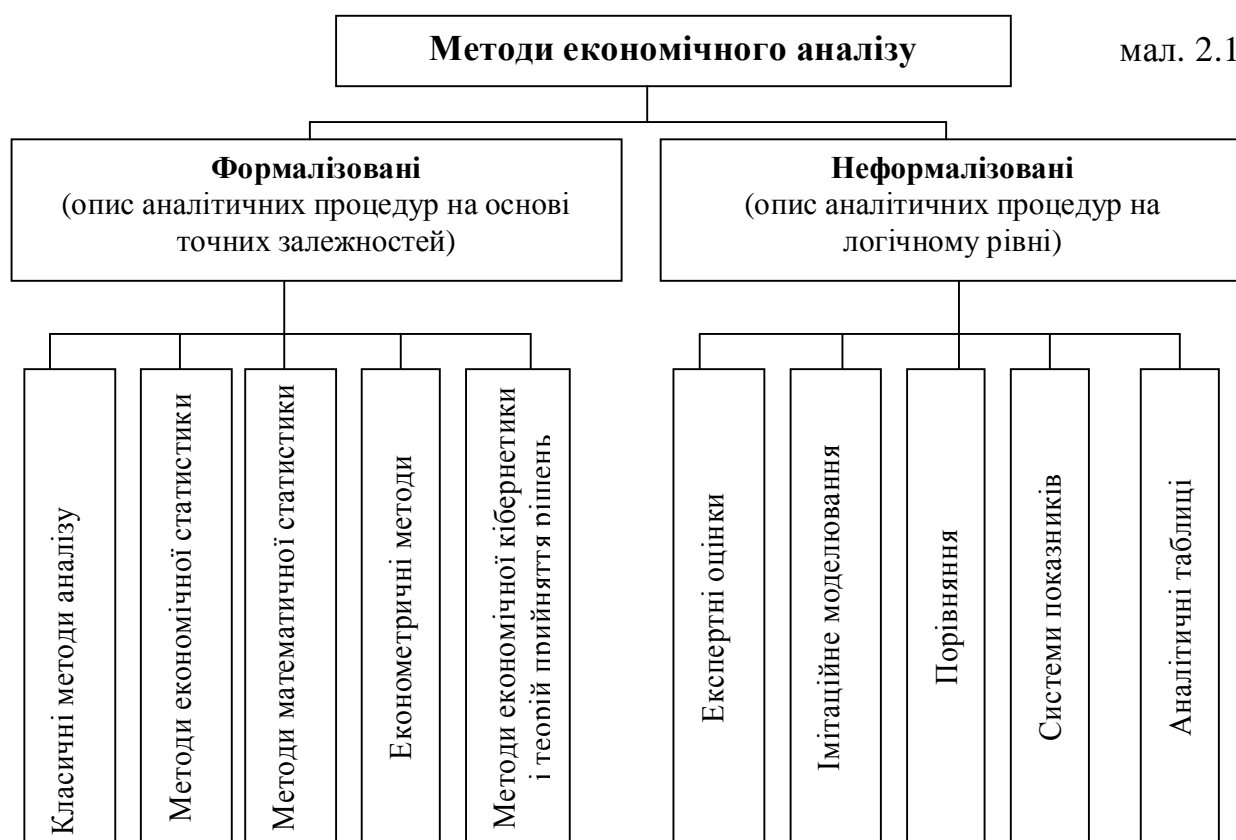
привести не до позитивних, а до негативних результатів. Глибина аналізу повинна визначатися, з одного боку, важливістю виниклої проблеми, з іншого боку - часом "життя" даної ситуації. Важливість проблеми визначає величину витрат, необхідних для аналізу.

Таким чином, складність і розмаїтість застосовуваних методів аналізу залежать від рівня керування системою. Чим нижче сходинки ієрархічної градації керування, тим проблеми менше і час їхні дії коротше, тому тут потрібні прості методи аналізу. На рівні підприємства, галузі аналіз може ускладнюватися, ставати більш різнобічним. Особливо це відноситься до підготовки рішень, зв'язаних із плановим завданням і зміною структури системи. Помилки в цьому випадку діють довгочасно, а отже, і втрати незмірно зростають.

2.3 Методи економічного аналізу

Методи економічного аналізу поділяються на *формалізовані* та *неформалізовані*. До формалізованих методів належать такі:

- § Класичні методи аналізу господарської діяльності та фінансового аналізу – ланцюгових підстановок, арифметичних різниць, балансовий, відсоткових чисел, диференціальний, логарифмічний, інтегральний, простих та складних відсотків, дисконтування.
- § Традиційні методи економічної статистики – середніх та відносних величин, групування, графічний, індексний, елементарні методи обробки показників у динаміці.
- § Методи математичної статистики вивчення зв'язків – аналізи кореляційний, регресивний, дискримінантний, дисперсійний, факторний, коваріаційний та ін.
- § Економетричні методи – матричні, теорії міжгалузевого балансу.
- § Методи економічної кібернетики і оптимального програмування – системного аналізу, лінійного, нелінійного, динамічного програмування та ін.
- § Методи дослідження операцій і теорій прийняття рішень – теорії графів, ігор, масового обслуговування, сітьового планування і управління.



2.4. Інформаційна база економічного аналізу

Залежно від змісту і завдань аналізу використовують такі основні інформаційні джерела: фінансову звітність; статистичну звітність; дані внутрішньогосподарського (управлінського) бухгалтерського обліку; дані з первинної облікової документації (вибіркові дані); експертні оцінки.

З 1 січня 2000 р. на підприємствах України незалежно від форм власності (крім банків і бюджетних установ) запроваджені перелічені далі форми фінансової звітності, що відповідають міжнародним стандартам:

- § **Форма 1 „Баланс”** – звіт про фінансовий стан, що відображає активи, зобов'язання і капітал підприємства на встановлену дату.
- § **Форма 2 „Звіт про фінансові результати”**, що містить дані про доходи, витрати і фінансові результати діяльності підприємства за звітний та попередній період.
- § **Форма 3 „Звіт про рух грошових коштів”**, що відображає надходження та витрачання коштів у звітному періоді за операційним, інвестиційним і фінансовим напрямками діяльності підприємства.
- § **Форма 4 „Звіт про власний капітал”**, що відбиває зміни у складі власного капіталу протягом звітного періоду.

„Примітки до звітів” – сукупність показників і пояснень, які забезпечують деталізацію та обґрунтованість статей фінансових звітів, розкривають іншу інформацію.

Мета складання фінансової звітності – надати користувачам повну, правдиву та неупереджену інформацію про фінансовий стан, результати діяльності та рух коштів підприємства для прийняття рішень.

Фінансова звітність забезпечує такі інформаційні потреби користувачів:

- § щодо придбання, продажу цінних паперів та володіння ними;
- § участі в капіталі підприємства;
- § оцінювання якості управління;
- § оцінювання здатності підприємства своєчасно виконувати свої зобов'язання;
- § забезпеченості зобов'язань підприємства;
- § визначення суми дивідендів, що підлягають розподілу;
- § регулювання діяльності підприємства;
- § прийняття інших рішень.

Разом з новими формами фінансової звітності впроваджено новий План рахунків бухгалтерського обліку та Інструкція про застосування Плану рахунків.

Основна мета Плану рахунків – надати інформацію, необхідну для контролю за діяльністю підприємства, прийняття управлінських рішень і складання фінансової звітності. Структура нового Плану рахунків погоджена зі структурою „Балансу” і „Звіту про фінансові результати”.

Аналітичний облік за рахунками запасів, витрат і доходів дає змогу здійснювати калькулювання собівартості продукції, контроль витрат і визначати результати діяльності за центрами відповідальності.

Таким чином, кожний клас рахунків має конкретне призначення і тісно пов'язаний з потребами зовнішніх і внутрішніх користувачів.

3. Аналіз собівартості продукції

3.1 Поняття і складові собівартості.

Собівартість продукції – один з найважливіших показників економічного аналізу. У ньому фокусуються у грошовому вираженні витрати матеріально – технічних, трудових та фінансових ресурсів у зв'язку з підготовкою, організацією, веденням виробництва та реалізацією продукції. Собівартість належить до вирішальних чинників, що впливають на прибуток підприємств і показники рентабельності.

Методологічні основи формування в бухгалтерському обліку інформації про витрати підприємства та її відображення у фінансовій звітності визначаються Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 16 „Витрати”.

Залежно від мети та предмета аналізу використовують різні класифікаційні ознаки витрат. Розглянемо основні з них.

Класифікація за рахунками класу 9 здійснюють згідно з діючим Планом рахунків бухгалтерського обліку, що був запроваджений одночасно з міжнародними стандартами фінансової звітності, тобто з 1 січня 2000 р. Згідно з класифікацією облік витрат виконують так:

- § собівартість реалізації;
- § загально виробничі витрати;
- § адміністративні витрати;
- § витрати на збут;
- § інші операційні витрати;
- § втрати від участі в капіталі;
- § інші витрати.

Такий розподіл витрат не має аналогів у вітчизняній практиці. Істотна особливість наведеної класифікації полягає в тому, що, оскільки „собівартість реалізованої продукції” не включає адміністративних витрат і витрат на збут, з'являється можливість визначити витрати на виробництво без перекручень та застосування штучних методів розподілу накладних витрат за видами продукції. Витрати за наведеними статтями відображають у розд.І форми №2 „Звіту про фінансові результати”.

Класифікація за економічними елементами операційних витрат: матеріальні витрати; витрати на оплату праці; відрахування на соціальні заходи; амортизація; інші операційні витрати (собівартість реалізованих виробничих запасів, сумнівні борги та втрати від знецінення запасів, визнані економічні санкції тощо). Дані про економічні елементи витрат обліковуються за класом 8 Плану рахунків і відображаються у фінансовій звітності (форма №2, розд.ІІ „Елементи операційних витрат”). Витрати за цією ознакою визначають по підприємству в цілому з метою аналізу структури витрат (вертикальний аналіз), порівняння її зі структурою економічних елементів витрат інших підприємств галузі, а також аналізу динаміки зміни економічних витрат у часі (горизонтальний аналіз). виявлення тенденцій змін (трендовий аналіз).

Класифікація за калькуляційними статтями собівартості на одиницю продукції (робіт, послуг). Собівартість реалізованих товарів визначають за Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 9 „Запаси”. Собівартість реалізованої продукції складається з виробничих витрат та над нормованих виробничих витрат.

До виробничої собівартості продукції включаються:

- § прямі матеріальні витрати, які можуть бути віднесені безпосередньо до оплати праці;
- § прямі витрати на оплату праці;
- § інші прямі витрати;
- § загальновиробничі витрати.

Перелік статей калькулювання виробничої собівартості продукції встановлює підприємство.

Витрати, пов'язані з операційною діяльністю, які не включаються до собівартості реалізованої продукції, поділяються на адміністративні витрати, витрати на збут та інші операційні витрати. Основна мета калькулювання собівартості на одиницю продукції – проаналізувати витрати за калькуляційними статтями у часі, порівняти витрати на виробництво продукції з ринковими цінами, визначити її прибутковість або збитковість, оцінити власну конкурентоспроможність і в разі потреби скоригувати структуру виробничої програми.

Класифікація витрат за ознакою їх розміру від обсягів виробництва: змінні і постійні.

Класифікація витрат за способом віднесення на собівартість продукції: прямі та непрямі. Використовують її для складання калькуляцій на одиницю продукції, а також для розподілу непрямих витрат за економічними елементами. До прямих належать технологічні витрати матеріалів та заробітна плата працівників, до непрямих – витрати, що не можуть бути віднесені безпосередньо до конкретного об'єкта економічно доцільним шляхом: загальновиробничі витрати, адміністративні витрати і витрати на збут.

Класифікація витрат за місцями виникнення: цехи, дільниці бригади, функціональні підрозділи (використовують для відповідного контролю та аналізу собівартості).

Аналіз собівартості продукції за наведеними класифікаційними ознаками має на меті підвищити ефективність підприємства завдяки виявленим резервам зниження витрат.

Факторний аналіз собівартості продукції передбачає аналіз:

- § динаміки операційних витрат;
- § чинників зміни витрат на 1 грн. реалізованої продукції за порівнянними і непорівнянними виробами, а також за групами продукції за віком їх випуску;
- § впливу на собівартість окремих груп продукції за рівнем їх рентабельності;
- § структури операційних витрат за економічними елементами;
- § собівартість за калькуляційними статтями витрат.

3.2 Аналіз динаміки операційних витрат на 1 грн. вартості реалізованої продукції

Операційні витрати за попередній період становлять 8390 тис. грн., за звітний – 9000 тис. грн. Збільшення витрат спричинюється збільшенням матеріальних витрат: сукупні витрати збільшились на 7.27%, а матеріальні – на 11.66% (їх частка в сукупних витратах найбільша – 50%).

Таблиця 3.1

Вихідні дані для аналізу операційних витрат

Номер рядка	Показник	Період		Відхилення	
		попер.	звітний	абсолютні (гр..2-гр.1)	відносні (гр..3:гр..1 x 100%)
а	б	1	2	3	4
1	Виручка від реалізації продукції	9167	10000	833	9.09
2	Матеріальні витрати	4030	4500	470	11.66
3	Витрати на оплату праці	2925	2975	50	1.71
4	Відрахування на соціальні заходи	1125	1145	20	1.78
5	Амортизація	150	200	50	33.3
6	Інші операційні витрати	160	180	20	12.5
7	Операційні витрати разом	8390	9000	610	7.27

Витрати на 1 грн. вартості реалізованої продукції за попередній період

$$\frac{8390}{9167} = 0.9152 \text{ грн.} = 91.52 \text{ коп.}$$

за звітний період

$$\frac{9000}{10000} = 0.9 \text{ грн.} = 90.0 \text{ коп.}$$

Витрати зменшились на 1.66% завдяки тому, що темпи збільшення виручки від реалізації продукції перевищили темпи збільшення собівартості відповідно 9.09 та 7.27%. Випередження становить 1.82 пункта.

Витрати на 1 грн. реалізованої продукції за звітний період у порівнянних цінах становлять $\frac{S1.0}{V1.0} = \frac{6571}{7266.5} = 90.43 \text{ коп.}$, що нижче, ніж за попередній період, на 1.19%.

3.3 Аналіз впливу чинників зміни витрат на 1 грн. вартості реалізованої продукції

Витрати на 1 грн. вартості реалізованої продукції змінюються зі зміною цін реалізації продукції, собівартість одиниці продукції та структури виробництва.

Вихідні дані та проміжні розрахункові показники для подальшого аналізу наведені в табл. 3.2.

З метою кількісного оцінювання впливу на рівень відносних витрат на 1 грн. вартості реалізованої продукції таких чинників, як зміни цін на продукцію, собівартість та структурні (асортиментні) зміни, в аналізі потрібно виокремити порівнянні та непорівнянні вироби. Для спрощення записів не будемо конкретизувати ці вироби, а позначимо їх буквами алфавіту.

У розглядуваному прикладі до першої групи належать вироби А, В, Г, Д, Є, до другої – Б і Ж. Аналітичні розрахунки, що виконані за вихідними даними Таблиці 3.2, наведені в Таблиці 3.3.

За гр.3 (табл.3.3) для непорівнянної групи виробів замість середніх фактичних витрат на 1 грн. вартості реалізованої продукції визначаємо відношення суми фактичних витрат на виробництво у звітному періоді до фактичної вартості продукції в попередньому періоді. У нашому випадку маємо $\frac{2522}{1600} = 157.62$ коп.

Сукупні витрати на 1 грн. вартості реалізованої продукції за звітний період порівняно з попереднім зменшилися на 1.52 коп.: у тому числі у групі порівнянних виробів витрати зменшилися на 7.42 коп., а в групі непорівнянних виробів, навпаки, збільшилися на 5.9 коп. У свою чергу, у першій групі витрати на 1 грн. вартості реалізованої продукції зменшилися завдяки ціновому та структурному чинникам і збільшилися унаслідок підвищення собівартості одиниці продукції. Значне збільшення витрат у групі непорівнянних виробів зумовлене насамперед збільшенням собівартості та структурними змінами.

Вихідні дані та проміжні розрахункові показники для аналізу собівартості продукції

Вид виробів	Вік випуску, років	Обсяг реалізації, од., за період		Ціна за одиницю, тис. грн., за період		Собівартість одиниці продукції. тис. грн., за період			Виручка від реалізації, тис. грн., за період		Собівартість реалізованої продукції. тис. грн., за період			Прибуток від реалізації, тис. грн., за період.		Рентабельність продукції за період	
		звітний	попередній	звітний	попередній	звітний		попередній	звітний	попередній	звітний		попередній	звітний	попередній	звітний	попередній
						план	факт				план	факт					
		7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18				
А	>8	55	80	20	19	19.5	18	17.3	1100	1520	1072	990	1384	110	136	0.100	0.089
Б	7	-	160	-	10	-	-	11.32	-	1600	-	-	1812	-	-212	-	-0.13
В	5	30	46	50	39.9	40	47.7	35.9	1500	1835	1200	1430	1651	70	184	0.047	0.10
Г	2	50	55	35	35	31.9	30	29.8	1750	1925	1595	1500	1639	250	286	0.143	0.149
Д	4	55	79	30	23.5	23.6	22.1	18.77	1650	1857	1298	1215	1483	435	374	0.264	0.201
Є	2	34	10	41.2	43	38.5	39.5	42.1	1400	430	1309	1343	421	57	9	0.041	0.021
Ж	1	52	-	50	-	50.5	48.5	-	2600	-	2626	2522	-	78	-	0.03	-
Разом	-	-	-	-	-	-	-	-	10000	9167	9100	9000	8390	1000	777	0.10	0.085

Примітка: кол.10 = гр.3*гр.5; кол.11 = гр. 4 * гр. 6; кол.12 = гр. 3 * гр. 7; кол.13 = гр. 3 * гр. 8; кол.14 = гр.4 * гр.9; кол.15 = гр.10 – гр. 13; кол.16 = гр. 11 – гр. 14; кол.17 = гр.15 / гр. 10; кол.18 = гр. 16 / гр. 11.

Таблиця 3.3

Аналіз впливу чинників витрат на 1 грн. вартості реалізованої продукції

Вид виробів	Витрати на 1 грн. реалізованої продукції, коп., за період		Фактичні витрати на 1 грн. реалізованої продукції за цінами попереднього року	Структура продукції за вартістю, частки од., за період		Зміни витрат на 1 грн. реалізованої продукції, коп..			
	попередній	звітний		попередній	звітний	разом	у тому числі за рахунок змін		
							собівартості	ціни реалізації	структури виробництва
а	1	2	3	4	5	6	7	8	9
	Розрахунки за даними табл.3.2					Розрахунки за даними табл.3.3			
	$\frac{гр.14}{гр.11}$	$\frac{гр.13}{гр.10}$	$\frac{гр.3 \times гр.8}{гр.3 \times гр.6}$	До суми гр.11	До суми гр. 10	гр. 7 + гр. 8 + гр. 9	(гр. 3 – гр. 1) x гр. 5	(гр. 2 – гр. 3) x гр. 5	(гр. 5 – гр. 4) x гр. 1
1.Порівнянні вироби:									
А	91.05	90.0	94.74	0.17	0.11	-5.57	+0.41	-0.52	-5.46
В	89.97	95.33	119.55	0.20	0.15	-3.69	+4.44	-3.63	-4.50
Г	85.14	85.71	85.71	0.21	0.175	-1.88	+0.10	0.00	-2.98
Д	79.86	73.66	94.04	0.20	0.165	-3.81	+2.34	-3.36	-2.79
Є	97.91	95.93	91.86	0.05	0.14	-8.53	-0.85	+0.57	+8.81
Разом за групою 1	86.98	87.54	96.08	0.83	0.74	-7.42	+6.73	-6.32	-7.83
2. Непорівнянні вироби						Розраховується за групою разом			
Б	113.25	-	-	0.17	-				
Ж	-	97.00	-	-	0.26				
Разом за групою 2	113.25	97.00	157.62	0.17	0.26	+5.9	+11.5	-15.8	+10.2
Сукупний обсяг реалізованої продукції	91.52	90.00	-	1.0	1.0	-1.52	+18.23	-22.12	+2.37

3.4. Аналіз впливу складу продукції за віком її випуску на зміни витрат на 1 грн. вартості реалізованої продукції.

У ринкових умовах природним є прагнення підприємств оновлювати склад своєї продукції. На основі маркетингових досліджень підприємство відмовляється від виробництва застарілої продукції і розпочинає виробляти нову (у нашому прикладі підприємство відмовилось від виробництва продукції Б, це тканини які не користуються особливим попитом. і почало освоювати вироби Є і Ж). При цьому нова продукція в початковий період може мати низьку рентабельність, а тимчасові витрати в подальшому компенсуються. Приклад впливу віку продукції на динаміку її собівартості наведений у табл. 3.4

Таблиця 3.4

Витрати на 1 грн. вартості реалізованої продукції

Група виробів за віком	Попередній період		Звітний період		Зміни показника витрат на 1 грн. (гр.3 : гр. 1) x 100%
	коп.	відсоток до першої вікової групи	коп.	відсоток до першої вікової групи	
1	2	3	4	5	6
Є, Ж 1 – 1-2 роки	97.91	100	97.0	100	99.1
Г, Д 2 – 2-4 роки	82.55	84.3	71.79	74.0	87.0
(Б, В) 3 – 5-7 роки	100.7	102.8	95.33	98.3	94.7
А 4 – понад 8 років	91.05	92.99	90.00	92.8	98.8
У середньому за всіма віковими групами	91.52		90.00		98.3

Найменші витрати на 1 грн. реалізованої продукції мають вироби вік яких становить 2 – 4 роки. У цій групі виявились найістотніші зміни витрат за звітний період порівняно з попереднім, а саме: на 13% (100 – 87) при середньому зменшенні на 1.7% (100 – 98.3). Найбільші витрати в попередньому періоді мали вироби, вік яких становив 5-7 років. Один з виробів цієї групи був знятий з виробництва як нерентабельний, що сприяло зменшенню витрат у цій віковій групі на 5.3% (100 – 94.7). Витрати на 1 грн. реалізації нової продукції (Є і Ж) поки що високі, але за рік вони мають зменшитись і відповідно до тенденції з переходом до виробів вікової групи 2 – 4 роки ще більшою мірою зменшаться.

3.5 Аналіз впливу собівартості окремих груп продукції за рівнем їх рентабельності

Для того, щоб виконати такий аналіз, продукцію, яку виробляють поділяють за рівнем рентабельності (щодо середньо галузевого рівня) на групи : нерентабельна (збиткова), низько-, середньо- та високорентабельна.

У нашому випадку середньо галузевий рівень рентабельності продукції становить 10%. З огляду на це вироби Г і Д зарахуємо до високорентабельної групи, А – до середньо рентабельної, В, Є та Ж – до низькорентабельної. У звітному періоді нерентабельної продукції не було. Виріб Б як нерентабельний було знято з виробництва.

Аналіз впливу планових та фактичних витрат за зазначеними групами продукції наведено у таблиці 3.5

Таблиця 3.5

Аналіз впливу змін витрат за групами продукції за рівнем їх рентабельності.

Група продукції за рівнем рентабельності	Собівартість продукції за звітний період, тис.грн.		Структура випуску, відсоток до підсумку гр. 1	Відхилення від планового рівня, % (гр. 2 : гр. 1) x 100% - 100%	Внесок до загального зменшення витрат, % (гр. 3 x гр. 4) : 100%
	планова	фактична			
а	1	2	3	4	5
Низькорентабельні В, Є, Ж	5135	5295	56.43	+3.12	+1.76
Середньо рентабельна А	1072	990	11.78	-7.65	-0.90
Високорентабельні Г, Д	2893	2715	31.79	-6.15	-1.96
Разом	9100	9000	100.00	-1.10	-1.10

Наведені дані свідчать, що найбільшу частку у структурі випуску має низькорентабельна продукція – майже 60%. Незважаючи на вирішальне значення виконання планових завдань для зниження собівартості, саме щодо цієї групи фактичні витрати перевищили заплановані на 3.1%. Загальне зменшення фактичних витрат на 1.1% порівняно з плановими було досягнуто переважно завдяки позитивним змінам у групах продукції середньо рентабельної (на 7.65%) і високорентабельної (на 6.15%). З урахуванням частки кожної групи їх внесок до загального зменшення витрат на 1.1% (див. гр. 5 табл.3.5) становить для групи високорентабельної продукції - -1.96, середньо рентабельної - -0.90, низькорентабельної - +1.76. В останній групі є нові вироби (Є і Ж) і слід переконатись, що саме додаткові витрати, які пов'язані з їх освоєнням, спричиняють

низьку рентабельність і що така ситуація тимчасова. Стосовно виробу В з цієї самої групи слід переконатися в доцільності його подальшого випуску. При цьому треба також визначити, чи не призведе відмова від певних обсягів виробництва навіть низькорентабельної продукції до не покриття постійних витрат.

3.6 Аналіз структури операційних витрат за економічними елементами

Узагальнені вихідні дані для аналізу структури операційних витрат за економічними елементами містить форма №2 фінансової звітності „Звіт про фінансові результати”, а саме розд.ІІ „Елементи операційних витрат”. За цими даними можна визначити, до якого типу виробництва належить підприємство за переважанням використовуваних ресурсів (матеріало-, трудо-, чи фондомістке). На основі такого аналізу визначають найактуальніші для підприємства напрямки зниження собівартості. Аналіз структури операційних витрат за економічними елементами потрібний також для того, щоб підприємство не потрапило у „ножиці” еластичного попиту на свою продукцію та нееластичного власного попиту на ті чи інші виробничі ресурси. Вихідні дані й розрахунки для аналізу собівартості продукції за економічними елементами наведені в табл.3.6

Таблиця 3.6

Економічні елементи операційних витрат

Елементи витрат	Витрати, тис. грн., за період		Частка, % за період		Відхилення (+,-)	
	попередній	звітний	попередній	звітний	попередній	звітний
а	1	2	3	4	5	6
Матеріальні витрати	4030	4500	48.0	50.0	+470	+11.7
Витрати на оплату праці	2925	2925	34.9	33.1	+50	+1.7
Відрахування на соціальні заходи	1125	1145	13.4	12.7	+20	+1.8
Амортизація	150	200	1.8	2.2	+50	+33.3
Інші операційні витрати	160	180	1.9	2.0	+20	+12.5
Разом	8390	9000	100.0	100.0	+610	+7.3

Дані таблиці 3.6 свідчать про матеріаломісткий характер виробництва: частка матеріальних витрат у попередньому періоді становила 48%, у звітному – 50%. Темпи збільшення витрат за цією статтею на 4.4 пункта перевищили темпи збільшення повної собівартості. Лише на третину сукупні витрати зумовлені оплатою праці: відповідно в попередньому періоді – 34.9%, у звітному – 33.1%. Темпи збільшення витрат на оплату праці в 4.3 раза нижчі, ніж загальні темпи збільшення витрат (7.3:1.7). Найвищими темпами збільшувалась амортизація, що призвело до збільшення частки витрат засобів праці в сукупних витратах.

Аналогічно виконують аналіз собівартості за елементами з порівнянням планових та фактичних рівнів витрат.

3.7 Аналіз собівартості за калькуляційними статтями витрат.

За калькуляційними статтями аналізують собівартість по підприємству в цілому для того, щоб оцінити відхилення фактичних витрат від запланованих і визначити вплив цих відхилень на загальну зміну собівартості реалізованої продукції.

Приклад розрахунків для аналізу наведений у таблиці 3.7

Таблиця 3.7

Аналіз собівартості за калькуляційними статтями витрат

№ п/п	Стаття витрат	Обсяг реалізованої продукції у звітному періоді за собівартістю, тис. грн.		Відхилення витрат, тис. грн.: економія (-), перевитрати (+), (гр. 2 – гр. 1)	Зміни витрат, %	
		плановою	фактичною		за статтею (гр. 3 : гр. 1) x 100	за повною собівартістю реалізованої продукції разом (гр. 3 : р.13 гр. 1) x 100
а	б	1	2	3	4	5
1	Сировина та матеріали	2370	2300	-70	-2.9	-0.77
2	Допоміжні матеріали	140	140	0	0	0
3	Транспортно – заготівельні витрати	1020	1050	+30	+2.9	+0.35
4	Загальна вартість матеріалів	3530	3490	-40	-1.1	-0.44
5	Паливо, енергія на технологічні цілі	950	1000	+50	+5.3	+0.55
6	Заробітна плата основних працівників	900	870	-30	-3.3	-0.33
7	Відрахування на соціальні заходи	430	430	0	0	0
8	Утримання та експлуатація устаткування	900	890	-10	-1.1	-0.11
9	Загальновиробничі витрати	950	920	-30	-3.1	-0.33
10	Адміністративні витрати	1350	1300	-50	-3.7	-0.55
11	Разом заводська собівартість	9010	8900	-110	-1.2	-1.21
12	Витрати на збут	90	100	+10	+1.1	+0.11
13	Повна собівартість реалізованої продукції	9100	9000	-100	-1.1	-1.1

Як бачимо з даних таблиці 3.7. понад планове зменшення витрат на 100 тис. грн. відбулося завдяки економії за статтями „Сировина та матеріали” (70 тис. грн.), „Заробітна плата основних працівників” (30 тис. грн.), „Загальновиробничі та адміністративні витрати” (відповідно 30 і 50 тис. грн.). Водночас підвищилися порівняно з планом витрати на енергоносії (на 50 тис. грн. або на 5.3%) і транспортно – заготівельні витрати (на 30 тис. грн., або на 2.9%). Внесок кожної калькуляційної статті до загального зниження витрат (у відсотках) наведений у гр. 5 табл.3.7. Підсумок за цією графою є алгебраїчною сумою даних за різними калькуляційними статтями.

4. Оцінка фінансового стану підприємства.

4.1 Порівняльний аналітичний баланс

Традиційно структура і джерела утворення майна підприємства досліджуються за допомогою порівняльного аналітичного балансу. Методику його складання запропонував у 20-ті роки один з фундаторів балансознавства М. Блатов. Щоб отримати порівняльний аналітичний баланс, треба вихідний баланс доповнити показниками структури, абсолютної та структурної динаміки вкладень (активи) і джерел коштів (пасиви) підприємства за звітний період.

При складанні та аналізі порівняльного балансу використовуються прийоми аналізу горизонтального (визначають абсолютні та відносні зміни різних статей балансу) та вертикального (визначають питому вагу окремих статей та їх змін).

Таблиця 4.1

Агрегований порівняльний аналітичний баланс ТОВ „Альфа” за 2006 рік

№ п/п	Стаття балансу	На початок звітного періоду		На кінець звітного періоду		Зміни за звітний період			
		тис. грн.	% до підсумку	тис. грн.	% до підсумку	абсолютні (+), тис. грн. (гр.3 – гр. 1)	темп. % (гр. 5 / гр. 1) x 100%	структури, % (за гр. 5)	частка пунктів (гр. 4 – гр. 2)
а	б	1	2	3	4	5	6	7	8
Актив									
1	Майно разом	8000	100	8730	100	+730	+9.1	100	0
1.1	Необоротні активи	4000	50	4390	50.3	+390	+9.7	+53.4	+0.3
1.2	Оборотні активи	4000	50	4340	49.7	+340	+8.5	+46.6	-0.3
1.2.1	Запаси	3100	38.8	2300	26.4	-800	-25.8	-109.6	-12.4
1.2.2	Дебіторська заборгованість	200	2.5	850	9.7	+650	+325	+89.0	+7.2
1.2.3	Поточні фінансові інвестиції	250	3.1	1050	12.0	+800	+320	+109.6	+8.9
1.2.4	Витрати майбутніх періодів	50	0.6	50	0.6	0	0	0	0
1.2.5	Кошти та їх еквіваленти	400	5.0	90	1.0	-310	-77.5	-42.4	-4.0
Пасив									
2	Джерела майна разом	8000	100	8730	100	+730	+9.1	100	0
2.1	Власний капітал	46.90	58.6	5790	66.3	+1100	+23.4	+150.7	+7.7

а	б	1	2	3	4	5	6	7	8
2.1.1	Статутний капітал	3500	43.7	4000	45.8	+500	+14.3	+68.5	+2.1
2.1.2	Нерозподілений прибуток	1000	12.5	1600	18.3	+600	+60.0	+82.2	+5.8
2.1.3	Інші джерела	190	2.4	190	2.2	0	0	0	-0.2
2.2	Позиковий капітал	3310	41.4	2940	33.7	-370	-11.2	-50.7	-7.7
2.2.1	Довгострокові зобов'язання	1350	16.9	950	10.9	-400	-29.6	-54.8	-6.0
2.2.2	Короткострокові кредити та позики	700	8.8	900	10.3	+200	+28.6	+27.4	+1.5
2.2.3	Кредиторська заборгованість	1260	15.7	1090	12.5	-170	-13.5	-23.3	-3.2

Проаналізувавши баланс, можна виявити як позитивне, так і негативне у фінансовому стані підприємства.

Позитивне:

- необоротні активи на початок року були сформовані за власні кошти; вони збільшилися за звітний період за рахунок того самого джерела;
- оборотні активи збільшилися за рахунок власних коштів підприємства, а саме завдяки реінвестованому прибутку при одночасному зменшенні суми позикових джерел;
- істотно збільшилася частка власних коштів у формуванні запасів (з 21.9% на початок року до 59.6% на кінець року).

Негативне:

- дебіторська заборгованість збільшилась більш як у 4 рази, що, можливо, спричинилось зниженням платоспроможності споживачів продукції підприємства. Таке істотне відволікання обігових коштів було компенсоване одночасним збільшенням кредиторської заборгованості (це джерело найчастіше використовується для покриття дебіторської заборгованості);
- поточні фінансові інвестиції ще на початок року були сформовані за рахунок позикових коштів; за звітний період залучення цього джерела збільшилось більш як у 4 рази;
- кошти на початок року були нагромаджені завдяки кредиторській заборгованості. За рахунок часткового її погашення цей актив різко скоротився (у 4.4 раза). Унаслідок цього погіршились показники ліквідності підприємства.

Отже, завдяки використанню порівняльного аналітичного балансу можна всебічно проаналізувати склад і джерела утворення майна підприємства.

4.2 Аналіз зрушень у майновому стані підприємства

За критерієм одного з істотних кінцевих результатів діяльності підприємства „Виручка від реалізації продукції” доцільно проаналізувати майновий стан підприємства за такими двома напрямками:

1. Аналіз співвідношення між темпами збільшення виручки від реалізації продукції ΔV і валюти балансу ΔB . Якщо $\Delta V > \Delta B$, то активи (майно) підприємства використовуються ефективніше, ніж у попередньому періоді, якщо $\Delta V < \Delta B$ – менш ефективно.

Валюта балансу на початок попереднього періоду становить 7680 тис. грн. Виконуємо розрахунок:

$$\Delta V = \frac{10000}{9167} = 1.091$$

$$\Delta B = [(8730 + 8000) : 2] : [(8000 + 7680) : 2] = 1.067$$

Оскільки $\Delta V > \Delta B$, то ефективність використання майна підприємства підвищується.

2. Аналіз частки інтенсивних та екстенсивних чинників у збільшенні виручки від реалізації продукції, тобто кількісне визначення того, наскільки це збільшення зумовлене збільшенням розміру майна і наскільки – його кращим використанням (табл. 4.2)

Таблиця 4.2

Вихідні дані для визначення частки інтенсивних та екстенсивних чинників у збільшенні виручки від реалізації

№ п/п	Показники	Період	
		попередній	звітний
1	Середньорічна валюта балансу, тис. грн.	7840	8365
2	Виручка від реалізації продукції, тис. грн.	9167	10000
3	Ресурсовіддача (р.2 : р.1)	1.1693	1.1955

Внесок чинника:

- екстенсивного – $(8365 - 7840) * 1.1693 = 613.8$ тис. грн.;

- інтенсивного – $(1.1955 - 1.1693) * 8365 = 219.2$ тис. грн.

Виручка від реалізації збільшилась на 833 тис. грн.. Таким чином, внесок екстенсивного чинника становить 73.7%, інтенсивного – 26.3%, тобто підприємство збільшувало обсяги реалізації переважно завдяки збільшенню активів (майна).

ВИСНОВОК

Дослідивши в даній роботі питання аналізу собівартості продукції на прикладі ТОВ „Альфа” можна зробити наступні висновки:

- Підсумком аналізу собівартості є виявлення резервів подальшого поліпшення показників. Резерви повинні бути узагальнені, взаємно ув'язані, визначена їхня загальна сума й основні напрямки реалізації.
- Задачами аналізу собівартості продукції є: оцінка обґрунтованості і напруженості плану по собівартості продукції, витратам виробництва і звертання на основі аналізу поведження витрат; установлення динаміки і ступеня виконання плану по собівартості; визначення факторів, що вплинули на динаміку показників собівартості і виконання плану по них, величини і причини відхилень фактичних витрат від планових; аналіз собівартості окремих видів продукції; виявлення резервів подальшого зниження собівартості продукції.
- Аналіз собівартості продукції спрямований на виявлення можливостей підвищення ефективності використання матеріальних, трудових і грошових ресурсів у процесі виробництва, постачання і збуту продукції.

Вивчення собівартості продукції дозволяє дати більш правильну оцінку рівню показників прибутку і рентабельності, досягнутому на підприємствах.

Використана література

1. Баканов М.И., Шеремет А.Д. Теория экономического анализа: Учебник. - 3-е изд., перераб. М.: Финансы и статистика, 1994. 288 с.: ил.
2. Индукаев В.П. Организация оперативного учета и контроля издержек производства. М.: Финансы и статистика, 1986. 143 с.
3. Кирьянова З.В., Трусов А.Д. Бухгалтерский учет М.: Финансы, 1974. 160 с.
4. Мацкевичюс И.С., Кальчинскас Г.Л. Управление затратами. М.: Финансы и статистика, 1989. 221 с.: ил.
5. Ізмайлова К.В. Фінансовий аналіз: Навч. посіб. – К.: МАУП, 2000. – 152с.
6. Брігхем Є.Ф. Основи фінансового менеджменту: Підруч.: Пер. з англ.- К.: Молодь, 1997. – 1000с.